

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan dari analisis data dan pembahasan yang sudah dilakukan maka cara yang dilakukan PT. Bahagia September Tiga Belas ini masuk ke dalam tahapan yang ada pada teori Difusi Inovasi menurut Rogers yaitu :

1. Pada unsur **Knowledge (Pengetahuan)**, inovasi public relations event organizer dilakukan dengan cara inovasi baru tentang bagaimana menjalankan sebuah acara dengan konsep *hybrid*.
2. Pada unsur **Persuasion (Persuasif)**, inovasi yang dilakukan Randy Grandeza selaku public relations PT. Bahagia September Tiga Belas adalah dengan menggunakan cara jemput bola untuk mendapatkan pelanggan.
3. Pada unsur **Decision (Pengambilan Keputusan)**, pada penelitian ini dimana Randy Grandeza selaku public relation PT. Bahagia September Tiga Belas meminta kepada pimpinan perusahaan untuk menerapkan inovasi baru terhadap pelanggan.
4. Pada unsur **Confirmation (Konfirmasi)**, Randy Grandeza selaku public relations PT. Bahagia September Tiga Belas menawarkan kepada pemimpin perusahaan untuk mengkonfirmasi dengan inovasinya

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan oleh penulis dan kesimpulan yang di dapat dalam penelitian ini maka peneliti merumuskan beberapa saran sebagai berikut :

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan untuk PT. Bahagia September Tiga Belas melakukan pertimbangan kembali agar dapat mempertahankan pelanggan bagi perusahaan mereka.
2. Diharapkan peningkatan cara mempertahankan pelanggan yang lebih menarik lagi bagi PT. Bahagia September Tiga Belas.
3. Untuk kedepan nya peneliti berharap PT. Bahagia September Tiga Belas bisa menambah kan promosi mereka menggunakan media yang sudah banyak ada di Indonesia untuk menarik minat pelanggan.
4. Terakhir peneliti menambahkan berdasarkan teori Difusi Inovasi yaitu tahapan *confirmation* seharusnya perusahaan PT. Bahagia September Tiga Belas bisa memanfaatkan inovasi yang baru mengenai proses promosi bukan hanya konsep acara yang mereka lakukan saja.